

平成30年7月豪雨被災地の観光需要回復プロモーション

- 平成30年7月豪雨の影響により落ち込んだ被災地の観光需要の回復を図るため、日本政府観光局（JNTO）による海外プロモーションを集中的に実施。
- プロモーションの対象市場、開始時期及び実施内容については、海外での報道状況、被災地の復旧状況等を踏まえつつ、被災自治体や関係機関等と連携・調整の上決定。

想定される事業内容

メディア招請・旅行会社招請

- 海外のメディアや旅行会社による被災地域の視察・情報発信

(熊本地震後の事例)
香港の旅行雑誌に、熊本・大分を中心に32ページの特集記事を掲載し、魅力をPR



(黒川温泉（熊本県）の魅力をPR)

共同広告

- 旅行会社や航空会社の広告展開を支援し、旅行商品や航空券の販売を促進

(熊本地震後の事例)
ソウルー熊本のチャーター便を使用した航空券や旅行商品のオンライン広告を展開。



(送客実績：約8万人)

(旅行商品のオンライン広告)

純広告

- 動画等により被災地域の観光魅力をPR

(熊本地震後の事例)
熊本県を含む九州全体をPRする動画を作成、JNTOウェブサイトやyoutube等で大きく展開



(媒体接触者 約1200万人)

(動画の一部：指宿市池田湖)

商談会・旅行博等

- 訪日旅行を扱う旅行会社との商談会を実施
- 海外旅行博で被災地域の観光情報をPR

(熊本地震後の事例)
台湾において、訪日旅行を取り扱う旅行会社との商談会を実施



(商談会の様子)